

アジア太平洋地域の電子商取引が活況を呈す一方で、 オンライン上の不正取引リスクが急増

エクスペリアンの『Digital Consumer Insights 2018』レポートの調査結果より
オンラインの利便性への需要に比例して不正取引の脅威が高まり、5人に1人の消費者がすでに犠牲者に

アジア太平洋（以下、APAC）地域の電子商取引は、消費者の71%がオンライン購入を利用し、活況を呈していますがその反面、不正取引のリスクも急増し、5人に1人がすでに被害をこうむっています。

これらは、世界最大の情報サービス企業のエクスペリアンが、アドバイザー企業の手 IDC と共同で公開した、『Digital Consumer Insights 2018』において報告した調査結果で明らかになりました。

当レポートは、オーストラリア、中国、香港、インド、インドネシア、日本、ニュージーランド、シンガポール、タイ及びベトナムなど、APAC 地域の10カ国で実施された消費者調査に基づき、最も重要な利害関係者である顧客の視点から、企業が不正取引リスクに効果的な対策を実施できているかを詳しく調べたものです。

その結果、企業および消費者は、電子機器、旅行、食料品雑貨などオンラインで人気の商材を、モバイル端末を介して販売・購入することがこれまで以上に容易となり、オンライン不正取引のリスクが急増していることが分かりました。

不都合な真実

レポートによると、APAC 地域における消費者のすでに約5人に1人が不幸にも不正取引被害に遭っています。

エクスペリアン アジア太平洋地域 CEO、ベン・エリオットは次のように述べています。

「APAC 地域は、世界で最も活気に満ちたデジタルとモバイル経済市場の1つです。この地域の消費者の71%はオンライン購入を利用しており、その63%はモバイル決済を活用し、便利だと考えています。しかし、店舗での買物、また銀行や企業間の取引において、より速く簡単な方法を採用する人が増えるほど、不正取引のリスクも増加します。事実、この地域のユーザーの18%がすでに不正取引の被害に遭っています。」

半数以上（51%）の消費者は不正取引が発生した場合、購入先を変えると答えています。このことから消費者は、利便性や優れた顧客体験よりも不正取引保護の強化を重視していることが分かります。

当レポートでは、企業側の視点から不正取引を分析したエクスペリアンの『Fraud Management Insights 2017』レポートとは異なり、消費者動向において国ごとに大きな違いが見られました。

モバイル主導の新興国市場では、より利便性を求めるためリスクへの関心が低く、セキュリティの意識が強い消費者は成熟した経済国に多く見られました。



ベンはまた、次のようにも述べています。

「香港やシンガポールなどの、より成熟した経済国においては、一般的に不正取引のリスクへの意識が高く、より保守的な行動を取る傾向にあることが分かりました。つまり、消費者は潜在的な不正取引のリスクに気付くと、オンラインでの取引を回避する可能性があるということです。対照的に、ベトナムなどの新興経済国の消費者は、不正取引への意識が低く、より利便性を求める傾向にあります。」

技術変革

不幸な現実として、デジタルにより物事が便利になると、不正取引のリスクが高くなります。これは、消費者と企業の両者にとって大きな課題ですが、当レポートではそこに希望の光があると提示しています。

レポートによれば、消費者が不正取引のリスクを意識するにつれて、指紋認証、顔認証、音声認証などの生体認証といったセキュリティ対策を採用する可能性が高くなることが分かりました。

APAC 地域では、13%の消費者が生体認証の採用に協力的で、インド（21%）およびベトナムと中国（ともに18%）が早期利用者として先導しています。対して最も消極的な国は、オーストラリア（9%）および日本とニュージーランド（ともに8%）です。

しかし興味深いことに、利用者の57%は政府/非営利アプリケーションの生体認証に満足しています。

この新しい認証技術が商業領域に拡大するにつれ、顧客体験はさらに効率化され、不正取引保護が強化されるでしょう。

データのジレンマ

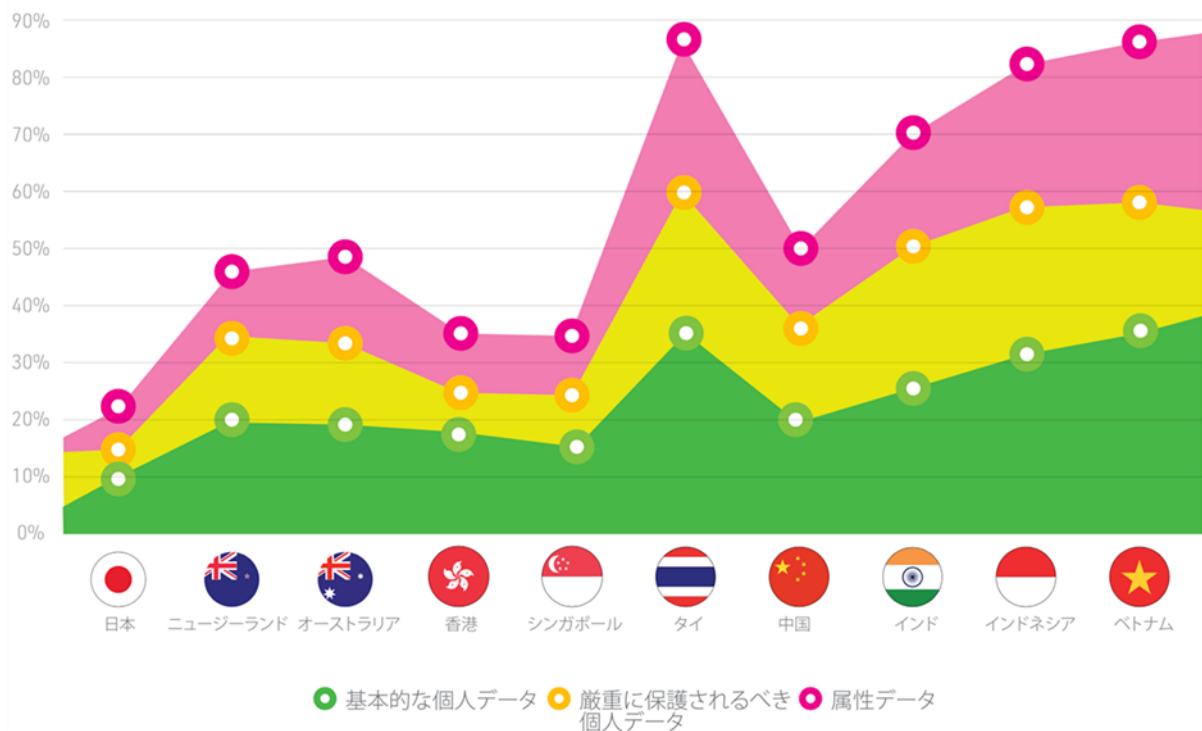
現在、企業が顧客を守るために最良な方法の1つは、高品質の顧客データを活用して取引を効果的に検証することですが、レポートからは、その実現は言うほど簡単でないことが分かります。調査結果によれば、消費者は企業と共有する情報を多くの中から取捨選択しており、その個人データの使われ方についても明確であると解説されています。

たとえば、企業が利便性または優れた顧客体験よりも不正取引保護の強化を優先する場合、消費者の43%は企業との個人データの共有について協力的です。

しかしながら、APAC 地域の消費者の5%が、個人データの公開を避けるために事実と異なる情報を意図的に提出したことがあると回答し、さらに20%が企業に提供した情報が間違っていたことがあると回答しています。

データの入力エラーは、タイが最も多く、これにベトナム、インドネシアおよびインドが続きます。提供する情報のエラーが最も少ないのは日本で、その次にシンガポールと香港が続きます。

タイ、インドネシア、ベトナムでは、データの入力ミスが相対的に多い



ベンは「これは企業と消費者間における信頼に対するギャップを示しているが、改善する大きな機会でもある。」と述べ、さらに「企業が不正取引者と戦いながら正当な顧客のIDを確認する上で、故意に情報を開示しないことがすでに直面している問題をさらに複雑化させています。私たちは、これは基本的に信頼の問題であると認識しています。また、企業は個人データの管理人として信頼されるように、個人データの不正取引保護のためにデータを使用していることを、もっと消費者に伝える努力をすべきだと考えています。」と補足しています。

国別：APAC 地域の消費者行動および動向に関する主な調査結果

オーストラリアは警戒気味

オーストラリアの消費者は、個人データを企業と共有すること、または商用目的で生体認証を利用することに対して最も消極的です。また、公共の Wi-Fi ネットワークなどのリスクの高い環境に、個人データを提供することに対して特に警戒しています。報告書によると、このような行為を抑えると答えた消費者はオーストラリア内で 22%、APAC 地域全体でも 19%でした。

中国は協力的

中国は、調査対象の全市場においてモバイル決済の普及率が最も高いだけでなく、サービスおよび不正取引認知の向上のために企業と個人データを共有することに最も開放的です。消費者と企業間のデータ共有に対する支持率は 91%と圧倒的です。



インドはアーリーアダプター

インドはデジタルサービスに対する需要が非常に高く、消費者は新しい技術を積極的に採用します。報告書によると、インドは商用目的での生体認証の利用に満足していると答えた消費者が 21%と最も高い結果でした。この調査結果は、インド政府による生体認証利用の積極的な取り組みと一致しています。

日本の不可解

日本の消費者は、プライバシーを懸念して偽の情報を提供する可能性が高く、その経験があるとした回答者は 8%と APAC 地域全体の平均 5%を上回る数値でした。しかし、その一方で、公共の Wi-Fi ネットワークなどのリスクの高い環境に、個人データを提供することへの警戒心は最も低く、これを問題と答えたのは APAC 地域全体の平均 19%に対し、わずか 12%でした。

シンガポールは不満を感じている？

シンガポールは、銀行や小売業の不正取引対策に、最も関心を抱いている上位 3 カ国の 1 つです。シンガポールの消費者は、モバイルなどの非接触取引を積極的に活用し、その消費金額の上限は APAC 地域で 4 位となる 131US ドルですが、毎月の収入に対するモバイル支出の割合は最低の 2.8%となっています。

タイの課題

残念なことに、微笑みの国タイの消費者は非商用目的での生体認証の採用に最も協力的ですが、提出する個人データのエラー率も最高値です。

エクスペリアンジャパン株式会社 取締役 杉山勇太のコメント

「今回のレポートでは、APAC 地域の消費者 10 人のうち 7 人は、オンラインまたはモバイルデバイスで製品やサービスを購入しており、この 12 カ月の間に、5 人に 1 人は不正取引の被害に直接遭うか、被害に遭った人を知っているという結果が出ています。このことから、デジタル消費の増加に伴い不正取引のリスクも増大しているという、厳しい現実が改めて浮き彫りとなっています。企業にとって、利便性とセキュリティのバランスという難問に取り組む上で不正取引対策は避けられない課題となっており、不正取引との闘いは、動く標的を狙い落とすような難題と言えるかもしれません。しかしながら、適切な戦略とツールをもってすれば、不正取引を減らすことは十分可能です。エクスペリアンジャパンとしても、企業が今日のデジタル経済の根底を成す顧客の信頼を獲得し、これを維持できることに引き続き貢献いたします。」

『Digital Consumer Insights 2018』（日本語版）は以下からダウンロードできます。

ページ単位：<http://experian.co.jp/assets/news/pdf/digital-consumer-insights-2018.pdf>

見開き：<http://experian.co.jp/assets/news/pdf/digital-consumer-insights-2018FP.pdf>

●エクスペリアンジャパン株式会社について

エクスペリアンジャパンは、日本において海外企業調査レポートの提供、海外市場情報の提供、金融機関向け与信戦略管理、不正対策ソリューションの提供、およびそれに関連するコンサルティングサービスの提供・導入支援・業務分析を展開しています。

詳細については、<https://www.experian.co.jp/index.html> をご覧ください。



●エクスペリアンについて

エクスペリアンは、世界をリードするグローバルな情報サービス企業です。住宅や車の購入から、子供の大学入学、新しい顧客とのビジネスに至るまで、人生の大事なときに消費者と企業が自信をもってデータを扱うことを可能にし、個人での財務管理と金融サービスの利用、ビジネスでの賢明な意思決定と目標達成、責任を持って融資する金融事業者、そして不正取引や犯罪を防止する組織を支援しています。世界 39 カ国で 16,500 人以上の従業員を擁し、お客様のあらゆるチャンスを最大化するために、日々、新しいテクノロジーと有能な人材、そしてイノベーションに投資しています。ロンドン証券取引所に上場し (EXPN)、FTSE 100 インデックスにも選ばれています。

詳細については、<http://www.experianplc.com> (英語)

および、グローバルニュース www.experian.com/blogs/news/ (英語) をご覧ください。

<本件に関するお問い合わせ>

エクスペリアンジャパン株式会社 マーケティング部：瀬戸
TEL : 03-6262-7600 (代表) E-mail : prj@experian.com (広報窓口)

「Experian」とそのロゴは、エクスペリアンとその関連会社の、EU・米国・日本・各国における登録商標、または商標です。その他、記載されている会社名および製品・サービス名などは、各社の商標・登録商標です。無断複写・転載を禁じます。